

BELENGGU STRUKTUR DAN AGENSI GEN Z DALAM TRANSFORMASI USAHA KELUARGA MENUJU RUANG DIGITAL DI KOTA BUKITTINGGI

HANI FAJRAH



**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI PEDESAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Belenggu Struktur dan Agensi Gen Z dalam Transformasi Usaha Keluarga Menuju Ruang Digital Di Kota Bukittinggi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, 12 Agustus 2026

Hani Fajrah
NIM I3503221002



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

RINGKASAN

HANI FAJRAH. “Belenggu Struktur dan Agensi Gen Z dalam Transformasi Usaha Keluarga Menuju Ruang Digital Di Kota Bukittinggi” Dibimbing oleh ARYA HADI DHARMAWAN dan RILUS A KINSENG

Transformasi digital telah menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Namun, tidak seluruh pelaku usaha keluarga memiliki tingkat kesiapan yang sama dalam mengadopsi teknologi digital sehingga memunculkan fenomena *digital divide*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesenjangan kesiapan digital di kalangan pelaku UMK Di Kota Bukittinggi, Sumatera Barat, mengidentifikasi manfaat kesiapan digital terhadap kesuksesan usaha, serta merumuskan strategi penguatan kesiapan digital yang sesuai dengan karakteristik sosial budaya masyarakat setempat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan 35 informan dan survei menggunakan kuesioner terhadap 74 responden pelaku UMK keluarga yang bergerak di bidang tekstil, produk songket, sulaman dan bordiran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen Z tidak mampu membangun kesiapan digital karena belenggu struktur budaya. Temuan ini menunjukkan bahwa perbedaan *rules* dan *resources* struktur lama (usaha keluarga dalam pola tradisional) dan struktur baru (ruang digital) memiliki karakteristik yang berbeda.

Karakteristik sosial budaya masyarakat Minangkabau seperti pola usaha keluarga, hubungan kekerabatan, kepercayaan, pengalaman transaksi, dan nilai-nilai adat membentuk cara pelaku usaha memandang penggunaan teknologi digital sehingga proses adopsinya berlangsung secara bertahap. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kesiapan digital merupakan hasil interaksi antara faktor teknologi, sumber daya manusia, dan struktur sosial budaya yang berkembang dalam masyarakat Minang.

Ruang digital memiliki *rules* dan *resources* yang berbeda dengan cara tradisional, ruang digital membutuhkan standar operasional pemasaran digital mempunyai aturan sendiri dalam penggunaan *marketplace* yang mengharuskan pelaku usaha harus mampu memahami kebijakan *platform*, mampu memahami karakterja algoritma (konsistensi postingan, interaksi, penggunaan video pendek) serta aturan lainnya seperti etika komunikasi digital, sistem pembayaran, keamanan dan lainnya. Sedangkan yang menjadi *resources* ruang digital adalah kepemilikan perangkat, akses internet, *platform* digital, modal untuk mampu mengakses digital marketing seperti dana untuk iklan berbayar, promosi, pembuatan konten, dan pengembangan toko *online*, serta kebutuhan sumberdaya lainnya.

Strategi mentransformasi Gen Z ke ruang digital dapat ditempuh dengan dua cara: pertama penyadaran pada pelaku usaha Gen Z untuk keluar dari pengaruh keluarga besar dan segera masuk ke ruang digital untuk mencapai peluang profit bisnis yang lebih besar. Penyadaran adalah pendekatan dari sisi individu pelaku usaha Gen Z. Kedua membangun institusi baru untuk meruntuhkan pengaruh norma-norma bisnis keluarga besar Gen Z yang tradisional. Hal ini bisa dilakukan oleh otoritas pemerintah yang memaksa untuk membuat transaksi bisnis berada di ruang cyber. Pelopornya harus pemerintah setempat.

Kata kunci: usaha keluarga, Gen Z, struktur, ruang digital, transformasi,



SUMMARY

HANI FAJRAH. "Structural Constraints and Gen Z *Agency* in the Transformation of Family Businesses into the Digital Space in Bukittinggi." Supervised by ARYA HADI DHARMAWAN and RILUS A. KINSENG.

Digital transformation has become a crucial factor in enhancing the competitiveness of Micro and Small Enterprises (MSEs). However, not all family business owners possess the same level of readiness to adopt digital technology, giving rise to a *digital divide*. This study aims to analyze the digital readiness gap among MSE owners in Bukittinggi, West Sumatra; identify the benefit of digital readiness on business success; and formulate digital readiness strategies aligned with the local community's socio-cultural characteristics. The research employs a qualitative approach involving 35 informants and a questionnaire-based survey of 74 respondents owners of family-run MSEs operating in the textile, songket, and embroidery sectors.

The results indicate that Gen Z is unable to establish digital readiness due to the *constraints* of cultural structures. These findings reveal distinct differences in the rules and resources characterizing the "old structure" (traditional family business patterns) versus the "new structure" (the digital space).

Socio-cultural characteristics of the Minangkabau community such as family business patterns, kinship ties, trust, transaction experiences, and customary values shape how business owners perceive the use of digital technology, resulting in a gradual adoption process. These conditions demonstrate that digital readiness emerges from the interaction of technological factors, human resources, and the socio-cultural structures evolving within Minang society.

The digital space operates under rules and resource requirements that differ from traditional methods; it necessitates digital marketing standards and specific *marketplace* protocols. Business owners must understand platform policies and algorithmic mechanics (including posting consistency, engagement, and short-form video *usage*), as well as other requirements such as digital communication ethics, payment systems, and security protocols. The resources required for the digital space include device ownership, internet access, digital platforms, and the capital needed to engage in digital marketing such as funds for paid advertising, promotions, content creation, and *online* store development along with other necessary resources.

Strategies to transition Gen Z into the digital space can be implemented in two ways: first, by raising awareness among Gen Z entrepreneurs, encouraging them to step out from the influence of their extended families and promptly enter the digital realm to unlock greater profit opportunities. This approach focuses on the individual Gen Z entrepreneur. Second, by establishing new institutions to dismantle the influence of traditional business norms found in Gen Z extended families. This can be achieved through government authorities mandating that business transactions take place within the digital space, with local governments taking the lead.

Keywords: digital space, family business, Gen Z, structure, transformation

@Hak Cipta IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

BELENGGU STRUKTUR DAN AGENSI GEN Z DALAM TRANSFORMASI USAHA KELUARGA MENUJU RUANG DIGITAL DI KOTA BUKITTINGGI

HANI FAJRAH

TESIS

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister pada
Program Studi Sosiologi Pedesaan

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI PEDESAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Penguji Luar Komisi Pembimbing pada Ujian Tesis:
Prof. Dr. Ir. Lala M. Kolopaking, M.S.



IPB University
— Bogor Indonesia —

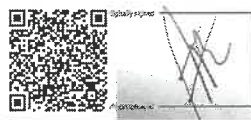
- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

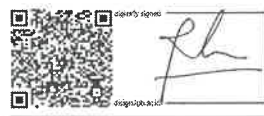
Judul Tesis : Belenggu Struktur dan Agensi Gen Z dalam Transformasi
Usaha Keluarga Menuju Ruang Digital Di Kota Bukittinggi
Nama : Hani Fajrah
NIM : I3503221002

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Arya Hadi Dharmawan, M.Sc.Agr.
NIP. 196309141990031002



Pembimbing 2:
Prof. Dr. Ir. Rilus A. Kinseng, M.A.
NIP. 195905061987031001



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Ivanovich Agusta, S.P., M.Si.
NIP. 197008161997021001



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia:
Prof. Dr. Sofyan Sjaf, S.Pt., M.Si.
NIP. 197810032009121003



Tanggal Ujian: 31 Juli 2026

Tanggal Lulus : 13 AUG 2026



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga Tesis dengan judul “Belenggu Struktur dan Agensi Gen Z dalam Transformasi Usaha Keluarga Menuju Ruang Digital Di Kota Bukittinggi” berhasil diselesaikan.

Rasa terima kasih penulis sampaikan kepada kedua dosen pembimbing Prof. Dr. Ir. Arya Hadi Dharmawan, M.Sc.Agr, dan Prof. Dr. Ir. Rilus A. Kinseng, M.A. yang telah percaya, membimbing dan banyak memberi saran kepada penulis selama menempuh studi hingga penyelesaian tugas akhir. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Prof. Dr. Ir. Lala M. Kolopaking, M.S sebagai penguji luar komisi yang telah memberikan masukan dan nasihat agar tesis ini menjadi lebih baik. Ucapan terimakasih kepada seluruh dosen dan staf di program studi sosiologi pedesaan yang telah memberikan ilmu, dan pengalaman berharga bagi penulis.

Rasa terimakasih yang tulus penulis sampaikan kepada suami tercinta Mas Ahmad Zambarkah Sarwo Surono, S.Kom., M.T yang telah sabar menjadi teman berjuang menyelesaikan studi, proses menyelesaikan studi ini mengajarkan hikmah, pantaslah Allah sandingkan ridho suami kepada istrinya itu bernilai syurga. Semoga Allah selalu melapang urusan-urusan mas. Terimakasih juga kepada anak-anak umi, abang Utsman Yasir Abdulkarim, abang Yahya Abdulhalim dan adik Hanazam Qanita Amaturrahim yang telah setia mendampingi, memberikan do'a dan motivasi sehingga studi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Rasa terimakasih yang sangat mendalam penulis sampaikan kepada kedua orang tua Ayah Saiful dan Ibunda tersayang Ibu Nurma, yang percaya pada mimpi putri kecilnya. Rasa terimakasih yang *special* untuk mama mertua Dra. Sri Wahyoeni dan keluarga besar Bapak Usman Tiro yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayangnya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Juga ucapan terimakasih untuk seluruh keluarga besar abang, onang dan adik yang selalu jadi *support system* terbaik dalam berbagai keadaan selama menjalani studi.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada teman-teman sosiologi pedesaan khususnya SPD 2022 sudah kebersamai dalam proses perkuliahan sampai tahap akhir penulisan tesis ini yang menjadikan proses sekolah ini menjadi lebih indah dan berwarna. Ucapan terimakasih untuk kakak-kakak mahasiswa S3 terkhusus Mba. Ana, Bang Ikhsan, dan Kak Layla yang telah banyak memberikan arahan, masukan, dan pengalaman yang berharga selama penulis selama menjalani studi. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh informan pedagang tekstil, usaha keluarga di Pasar Atas dan Pasar Aur Kuning dan Bapak Ibu dinas terkait yang telah banyak membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Terakhir rasa terimakasih yang besar penulis sampaikan kepada seluruh rakyat Indonesia, melalui beasiswa LPDP RI penulis memperoleh kesempatan untuk mewujudkan mimpi melanjutkan pendidikan.

Semoga tesis ini dapat memberi manfaat bagi penulis, keilmuan dan masyarakat. *Sakali aia gadang, sakali tapian baraliah!*. Struktur yang adaptif dan bijaksana akan menjadi ruang bertumbuhnya segenap potensi kebaikan.

Bogor, 12 Agustus 2026

Hani Fajrah



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Perubahan Sosial dan Transformasi Digital	8
2.2 <i>Digital divide</i> dan <i>Digital Inequality</i>	10
2.3 <i>Embedded Economy</i> atau <i>Embeddedness</i>	15
2.4 Strukturasi dan Struktugensi	16
2.5 Usaha Mikro, Kecil (UMK)	17
2.5 UMK di Sumatera Barat.....	21
2.6 Karakteristik UMK Keluarga dan Jaringan Sosial Minangkabau	22
2.7 Penelitian Terdahulu	24
2.8 Kerangka Pemikiran.....	25
III METODE PENELITIAN	27
3.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	27
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Teknik Pemilihan Responden dan Informan.....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data	28
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	29
3.5.1 Analisis Kualitatif	29
3.5.2 Analisis Data Survei sebagai Data Pendukung	29
3.5.3 Triangulasi dan Integrasi Temuan.....	32
IV GAMBARAN UMUM PASAR ATAS DAN PASAR BAWAH KOTA BUKITTINGGI	33
4.1 Letak Geografis dan Potensi Perdagangan Lokasi Penelitian	33
4.2 Struktur Demografi Bukittinggi	34
4.3 Sejarah Perkembangan Pasar Atas dan Pasar Aur Kuning	35
4.4 Gambaran Pasar Atas dan Pasar Aur Kuning Saat Ini	37
V KARAKTERISTIK USAHA KELUARGA DAN PELAKU USAHA DI KOTA BUKITTINGGI	40
5.1 Karakteristik Sosial Budaya Usaha Keluarga di Kota Bukittinggi ...	40
5.2 Karakteristik Pelaku Usaha Keluarga di Kota Bukittinggi	41
5.2.1 Karakteristik Pelaku Usaha Keluarga Berdasarkan Jenis Kelamin	42
5.2.2 Karakteristik Pelaku Usaha Keluarga Berdasarkan Pendidikan ..	42
5.2.3 Karakteristik Pelaku Usaha Keluarga Berdasarkan Usia	43
5.2.4 Karakteristik Pelaku Usaha Keluarga Berdasarkan Keikutsertaan dalam Pelatihan Digital	44
5.3 Karakteristik Usaha Keluarga di Kota Bukittinggi	44

5.3.1 Karakteristik Pelaku Usaha Keluarga Berdasarkan Jenis Usaha..	44
5.3.2 Karakteristik UMK Berdasarkan Lokasi Usaha	47
5.3.3 Karakteristik UMK Berdasarkan Besar Penjualan	47
5.3.4 Karakteristik UMK Berdasarkan Ada Karyawan	48
5.3.5 Karakteristik Pelaku Usaha Keluarga Berkaitan dengan Lama Usaha.....	48
5.4 Ikhtisar	49

VI SEBAB KESIAPAN DIGITAL GEN Z TIDAK BERKEMBANG SECARA OTOMATIS DALAM USAHA KELUARGA DI KOTA BUKITTINGGI.....51

6.1 Peran Karakteristik Sosio-Budaya Minang terhadap Kesiapan Digital Pengusaha UMK Gen Z.....	51
6.2 Analisis Deskriptif Tingkat Kesiapan Digital Berdasarkan Karakteristik Pelaku Usaha dan Usaha.....	53
6.2.1 Analisis Tingkat Kesiapan Digital Berdasarkan Pendidikan.....	53
6.2.2 Tingkat Kesiapan Digital berdasarkan Lokasi Usaha	54
6.2.3 Kesiapan Digital Berdasarkan Lama Usaha	57
6.2.4 Kesiapan digital Berdasarkan tenaga kerja / karyawan	58
6.2.5 Kesiapan Digital Berdasarkan Keikutsertaan dalam Pelatihan Digital.....	60
6.3 Kategori Pelaku Usaha berdasarkan Tingkat Kesiapan Digital.....	61
6.3.1 Tingkat Kesiapan Digital Pelaku Usaha Level 1 dan <i>Structural Constrain</i>	61
6.3.2 Tingkat Kesiapan Digital Pelaku Usaha Level 2, Level 3 dan Agensi.	63
6.4 Ikhtisar	65

VII DAMPAK KESIAPAN DIGITAL TERHADAP KESUKSESAN UMK DI KOTA BUKITTINGGI.....68

7.1 Analisis Deskriptif Tingkat Kesiapan Mental terhadap Peningkatan Jaringan Pemasaran dan Omzet Penjualan	68
7.2 Analisis Deskriptif Tingkat Kesiapan Infrastruktur terhadap Kesuksesan Usaha	69
7.3 Analisis Deskriptif Tingkat Kesiapan Keterampilan terhadap Kesuksesan Usaha	70
7.4 Analisis Deskriptif Tingkat Kesiapan Intensitas Penggunaan terhadap Kesuksesan Usaha	71
7.5 Ikhtisar	73

VIII TRANSFORMASI STRUKTUR PELAKU USAHA GEN Z DARI KELUARGA BESAR KE RUANG DIGITAL 74

8.1 Tipologi Penguatan Digital Pada Usaha Keluarga di Kota Bukittinggi	74
8.1.1 Analisis IPA.....	74
8.1.2 Tipologi Penguatan Digital pada Usaha Keluarga	75
8.2 Transformasi Struktur Lama ke Struktur Baru	78
8.3 Pelaku Usaha Gen Z Sebagai Agen Transformasi.....	83
8.4 Modal Digital Pelaku UMK Gen Z	83
8.5 Agensi Pelaku Usaha Gen Z dalam Menghadapi Struktur Lama.	84

8.6	Proses Penyadaran Pelaku Usaha Gen Z.....	86
8.7	Dekonstruksi Belenggu Struktur Usaha Keluarga	87
8.7.1	Dekonstruksi Norma Bisnis Tradisional	87
8.7.2	Transformasi Proses Bisnis Ke Ruang Digital.....	88
8.7.3	Transformasi Ruang Pasar	89
8.7.4	Jejaring Sosial Bisnis Di Ruang Digital.....	89
8.8	Pembentukan Struktur Baru antara Pelaku Usaha Gen Z dan Ruang Digital.....	90
8.8.1	Ruang Digital Sebagai Struktur Baru.....	92
8.8.2	Struktur Baru antara Pelaku Usaha Gen Z Dan Ruang Digital....	94
8.8.3	Orientasi Nilai Budaya Bisnis Baru	95
8.9	Strategi Mentransformasi Pelaku Usaha Gen Z ke Ruang Digital....	96
8.9.1	Strategi Penyadaran Pelaku Usaha Gen Z.....	96
8.9.2	Strategi Membangun Kelembagaan Digital.....	97
8.9.3	Otoritas Pemerintah Dalam Tata Kelola Digital	98
IX	KESIMPULAN DAN SARAN	99
9.1	Simpulan.....	99
9.2	Saran.....	100
	DAFTAR PUSTAKA.....	101
	LAMPIRAN	107
	RIWAYAT HIDUP	112



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perubahan undang-undang terhadap klasifikasi UMK	18
Tabel 2 Tren Kontribusi UMK terhadap PDB Indonesia	19
Tabel 3 Kontribusi UMK terhadap PDB Negara ASEAN Tahun 2021	20
Tabel 4 Pertumbuhan UMK 2018-2023	20
Tabel 5 Jumlah Usaha, Tenaga Kerja, Pendapatan, di 19 Provinsi	22
Tabel 6 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 7 Kebutuhan Data dan Metode Pengumpulan Data	28
Tabel 8 Karakteristik Informan di Lokasi Penelitian Di Kota Bukittinggi, 2024	41
Tabel 9 Karakteristik Pelaku Usaha Di Kota Bukittinggi berdasarkan Jenis Kelamin, 2024	42
Tabel 10 Karakteristik Pelaku Usaha Di Kota Bukittinggi berdasarkan Tingkat Pendidikan, 2024	43
Tabel 11 Karakteristik Pelaku Usaha Di Kota Bukittinggi berdasarkan Pengalaman Mengikuti Pelatihan Digital, 2024	44
Tabel 12 Karakteristik Usaha Di Kota Bukittinggi berdasarkan Lokasi Usaha, 2024	47
Tabel 13 Karakteristik Usaha Di Kota Bukittinggi berdasarkan Besar Penjualan, 2024	48
Tabel 14 Karakteristik Usaha Di Kota Bukittinggi berdasarkan Kepemilikan Karyawan, 2024	48
Tabel 15 Perbedaan Kesiapan Digital Pelaku Usaha Level 2 dan Level 3 Di Kota Bukittinggi, 2024	65
Tabel 16 Tipologi kebutuhan penguatan digital UMK	77
Tabel 17 Perbedaan Struktur Lama vs Struktur Baru	94
Tabel 18 Perbandingan orientasi Lama vs Orientasi Baru Di Kota Bukittinggi, 2024	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tahapan Revolusi Industri	9
Gambar 2 Framework Digital divide oleh Jan van Dijk (Van Dijk 2013)	11
Gambar 3 Tiga Level Digital divide (Ragnedda 2017)	13
Gambar 4 Digital Inequality ((Heeks 2022)	15
Gambar 5 Pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil Rentang 2017-2022	21
Gambar 6 Jumlah UMK Menurut Jenis Usaha Tahun 2022	21
Gambar 7 Kerangka Pemikiran Penelitian	26
Gambar 8 Kuadran IPA	32
Gambar 9 Lokasi Penelitian Pasar Atas dan Pasar Aur Kuning	33
Gambar 10 Penduduk Menurut Generasi di Kota Bukittinggi 2024	35
Gambar 11 Kelompok Usia Responden Usaha Keluarga Di Kota Bukittinggi, 2024	43
Gambar 12 Jenis Usaha <i>Offline</i> dan <i>Hybrid</i> di Lokasi Penelitian Di Kota Bukittinggi, 2024	46
Gambar 13 Persentase Lama Usaha Keluarga <i>Di Kota Bukittinggi, 2024</i>	49
Gambar 14 Struktugensi pada Kesiapan Digital Pengusaha UMK GenZ (dikembangkan dari Kinseng 2017)	52
Gambar 15 Tingkat Kesiapan Digital UMK Di Kota Bukittinggi berdasarkan Pendidikan Pelaku Usaha, 2024	54
Gambar 16 Kesiapan Digital UMK Di Kota Bukittinggi berdasarkan Lokasi Usaha Keluarga, 2024	57
Gambar 17 Kesiapan Digital UMK Di Kota Bukittinggi berdasarkan Lama Usaha, 2024	57
Gambar 18 Kesiapan Digital UMK Di Kota Bukittinggi berdasarkan Kepemilikan Karyawan, 2024	59
Gambar 19 Kesiapan Digital UMK Di Kota Bukittinggi berdasarkan Keikutsertaan Pelatihan, 2024	60
Gambar 20 Pelatihan Digital dari Rumah BUMN Bukittinggi, 2024	61
Gambar 21 Tipologi Pelaku Usaha Keluarga berdasarkan Tingkat Kesiapan Digital Di Kota Bukittinggi, 2024	62
Gambar 22 Statistik Dimensi Kesiapan Mental terhadap Peningkatan Usaha Di Kota Bukittinggi, 2024	68
Gambar 23 Statistik Dimensi Kesiapan Infrastruktur Terhadap Peningkatan Usaha Di Kota Bukittinggi, 2024	69
Gambar 24 Tingkat Kesiapan Keterampilan terhadap Peningkatan Usaha Di Kota Bukittinggi, 2024	71
Gambar 25 Statistik Dimensi Kesiapan Intensitas Terhadap Peningkatan Usaha Di Kota Bukittinggi, 2024	72
Gambar 26 Diagram IPA Kesiapan Digital UMK di Bukittingi, 2024	74



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University